

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh eWOM di TikTok terhadap *Purchase Intention* Konsumen Fore Coffee di Kota Bandung”. Tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan S-1 Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika (MBTI) Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Telkom *University* Bandung. Dalam penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, kritik, saran, dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Riski Taufik Hidayah, SE., M.M., selaku dosen pembimbing utama, yang telah memberikan arahan, masukan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Salsabila Aisyah Alfaiza, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing kedua, atas bimbingan, masukan, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Dr. Adi Santoso, S.E., M.M., CMA, selaku dosen penguji pertama, atas kritik, saran, serta evaluasi yang membangun guna menyempurnakan hasil penelitian ini.
4. Dr. Erni Martini, S.Sos., M.M., selaku dosen penguji kedua, atas perhatian, masukan, dan penilaian objektif yang sangat membantu dalam meningkatkan kualitas skripsi ini.
5. Dian Puteri Ramadhani, S.M., M.M., selaku dosen wali, atas bimbingan, perhatian, dan arahannya selama masa studi, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dengan baik.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Agus Purwito dan Ibu Susanti yang selalu memberikan dukungan moral, materi, dan doa yang tiada henti.
7. Adelya Hazna, Aditya Zaki Nugraha, Ahmad Dhani Aminuddin, Amasya Seraya, Ignatius Kevin, Belliana Ramadhani, Muhammad Hafizh Alauddin, Muhammad Nabil Fashhan, Najiyya Firjatullah, Raditya Irfan, dan Rana Hanan Shabirah. Selaku teman – teman terdekat Saya selama kuliah.

8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi positif dalam bidang ilmu pemasaran digital.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan berharap semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah kepada kita semua.